

**Plano de negócio dronarte & emoções****Dronarte &emoções Business Plan**

Recebimento dos originais: 29/07/2018

Aceitação para publicação: 15/08/2018

**Adelcio Boneti**

Especialista em VANT's (Drones) em Aplicações Cívicas e Comerciais, pela PUCPR (Pontifícia Universidade Católica do Paraná).

E-mail: adelcio.boneti@gmail.com

**Estanislau de Almeida Wichniewski**

Especialista em VANT's (Drones) em Aplicações Cívicas e Comerciais, pela PUCPR (Pontifícia Universidade Católica do Paraná).

E-mail: estanislau.a.w@gmail.com

**Nayara Guetten Ribaski**

Mestre em Engenharia Florestal pela (UNICENTRO) Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná

Instituição: Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Endereço: Rua Imac. Conceição, 1155 - Prado Velho, CEP:80215-901, Curitiba – PR, Brasil

E-mail: nayribaski@hotmail.com

**RESUMO**

O presente trabalho visa apresentar plano de negócio para criação de uma empresa especializada em fotografia, filmagem e edição de eventos em geral, denominada Dronarte & Emoções. Mediante a rápida expansão da utilização de drones nas mais variadas áreas, a criação da empresa justifica-se diante da lacuna existente no mercado de fotografia profissional, responsável e de qualidade. A empresa pretende oferecer serviços diferenciados para um público cada vez mais exigente, garantindo qualidade, garantia do cumprimento da legislação vigente em relação a utilização do espaço aéreo, emoções no registro dos melhores momentos da vida de seus clientes, além de material para EAD em instituições de ensino e empresas. A princípio a empresa terá como público alvo os moradores de classes média e alta, das regiões dos Campos Gerais, Curitiba e região metropolitana, empresas e instituições, além de parcerias ou terceirizações de trabalhos para outras empresas ou instituições das regiões citadas ou de outras. Como resultado esperado busca-se apresentar ao mercado um novo modelo de empresa de comunicação responsável que ofereça serviços integrados, especializados e com diferenciais a este público emergente.

**Palavras-chave:** Planejamento, drone, fotografia.

**ABSTRACT**

The present work aims to present a business planning for the creation of a company specializing in photography, filming and edition of events in general, called Dronarte & Emoções. Through the rapid expansion of the use of drones in various areas, the creation of the company is justified by the gap in the market for professional photography, responsible and quality. The company intends to offer differentiated services to an increasingly demanding public, guaranteeing quality, ensuring compliance with current legislation in relation to the use of airspace, emotions in recording the best moments of their clients' lives, as well as material for ODL in institutions and business. Initially, the company will target middle and upper-class residents from the Campos Gerais, Curitiba and metropolitan regions, companies and institutions, as well as partnerships or outsourcing work to other companies or institutions in the cited or other regions. As an expected result, we seek to present to the market a new model of responsible communication company that offers integrated, specialized and differentiated services to this emerging public.

**Key-word:** Planning, drone, photography.

**1 INTRODUÇÃO**

A prática do empreendedorismo mostra-se cada vez mais frequente no Brasil como opção de carreira, frente às dificuldades socioeconômicas que assolam o país e reduzem as oportunidades para aqueles que querem ingressar no mercado de trabalho (RAYOL, 2007).

Atualmente poucos artigos mostram opções de como empreender, ou até mesmo casos de sucessos ou insucessos de planos de negócios. Por conta disso, a proposta desse artigo é apresentar um plano de negócio de uma empresa especializada em fotografia, filmagem e edição de eventos em geral, denominada Dronarte & Emoções.

A empresa pretende oferecer serviços diferenciados para um público cada vez mais exigente, garantindo qualidade, garantia do cumprimento da legislação vigente em relação a utilização do espaço aéreo, emoções no registro dos melhores momentos da vida de seus clientes, além de material para EAD em instituições de ensino e empresas.

**1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES**

A equipe de gestão da Dronarte & Emoções é um dos pontos fortes do negócio, visto que ambos os sócios, até então como “hobbystas”, possuem sólida experiência na área de fotografia e edição.

**Sócio 1: Adelcio Boneti.**

Possui 30 anos de experiência na área de TI, tendo trabalhado a maior parte do tempo na área de gestão de TI, envolvendo Brasil, Argentina e França. Como voluntário, desenvolveu trabalhos de filmagens e edição para paróquias e comunidades carentes desde o início dos anos 90 até a presente data, tendo acompanhado toda a evolução nas áreas de informática e fotografia. Atualmente, em fase final, cursa Cinema no Centro Europeu e a oitava pós-graduação, desta vez em VANTs e *Drones* em Aplicações Cíveis e Comerciais pela PUC-PR.

**Sócio 2: Estanislau de Almeida Wichniewski.**

Possui cursos de edição de vídeo em Adobe Premiere, After Effects, Cinema 4D, Fotografia: Arte e Técnica, envolvendo as escolas Softgraf e SENAC, localizados em Ponta Grossa - Pr. Como voluntário, desenvolveu trabalhos de fotografia e edição para paróquias e comunidades carentes. Atualmente, em fase final, cursa Pós-graduação em VANTs e *Drones* em Aplicações Cíveis e Comerciais pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR).

**1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO**

Dronarte & Emoções LTDA, localizada na Av. do Ouro, 159, Vila Nova Holanda, Carambeí - Pr, CEP: 84145-000, telefones (42) 99807-4123 / (41) 3649-1258.

Inscrita sob o número dos CPFs dos sócios. (CPF sócio 1: 465.131.919-04 e CPF sócio 2: 638.682.379-68).

**1.3 MISSÃO DA EMPRESA**

Prestar serviços na área de fotografia e edição de imagens destinados a atender as necessidades do cliente de forma inovadora, criativa, segura, em conformidade com a legislação, com qualidade e confiabilidade, por meio de registros de emoções e recordações.

**1.4 VISÃO DA EMPRESA**

Tornar-se uma empresa reconhecida pela qualidade de seus produtos e serviços, trabalhando de forma inovadora e sustentável.

### 1.5 LOGO DA EMPRESA



**Figura 1** - Logomarca da empresa

Fonte: Os autores, 2018

### 1.6 SETORES DE ATIVIDADES

A Dronarte & Emoções atua na área de prestação de serviços, oferecendo uma solução completa de serviços de pré-produção, produção e pós-produção de eventos fotográficos, corporativos e EAD, envolvendo captação de imagens via drones e outros meios, edição de fotos e vídeos, criação de vídeo corporativo e terceirização de serviços.

### 1.7 FORMA JURÍDICA

A Dronarte & Emoções apresenta-se sob a forma jurídica de Sociedade Limitada (LTDA). Conta com dois sócios, onde cada um participará com 50% do capital social. As partes serão indivisíveis e não poderão ser de forma alguma divididas entre outros sócios.

### 1.8 ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

O Simples Nacional é um regime tributário diferenciado que contempla empresas com receita bruta anual de até R\$ 4,8 milhões, valor este válido a partir de 2018. O regime foi lançado no dia 30 de junho de 2007 visando descomplicar a vida dos micro e pequenos empresários, também chamado de “Conta Azul”.

A Dronarte & Emoções se enquadra no regime tributário simples, fazendo com que os tributos sejam recolhidos de forma única, reduzida e simplificada.

### 1.9 CAPITAL SOCIAL

O capital social da Dronarte & Emoções totaliza R\$ 81.001,24, sendo que cada sócio participará com 50%, contabilizando assim o valor previsto a ser investido para a aquisição dos bens e serviços necessários para a montagem do negócio.

### 1.10 FONTES DE RECURSO

A princípio, para a abertura da empresa, ambos os sócios entrarão com recursos próprios em conformidade com o demonstrado na Tabela 1.

**Tabela 1** - Fontes de recursos para a montagem do negócio

Sócios	Participação dos sócios
Adelcio Boneti	R\$ 40.500,62
Estanislau de Almeida Wichnievski	R\$ 40.500,62
Total	R\$ 81.001,24

Fonte: Os autores, 2018

## 2 ANÁLISE DE MERCADO

Tomando por base as experiências de anos dos sócios atuando como “hobbystas” e como prestadores de serviços voluntários nas comunidades carentes, percebeu-se que com a tecnologia atual qualquer pessoa tem condições de fotografar e editar. Porém, poucos apresentam paciência e aptidão para fazer algo mais elaborado, de qualidade e com uma “pitada artística”.

A maioria das pessoas iniciam um negócio nesse setor motivados por objetivos errados, como por exemplo, impulsionada por algumas questões de “status”, busca de liderança e, até mesmo, interesse político. O que acarreta trabalhos com baixa qualidade, fazendo com que fiquem desestimulados e vindo a fechar os negócios em pouco tempo.

Tratando-se de drones, a situação é ainda mais grave, uma vez que os indivíduos normalmente não têm conhecimento da legislação e colocam em risco pessoas ao sobrevoar multidões ou até a entrar com drones em ambientes fechados lotados de pessoas.

O regulamento para a utilização de aeronaves não tripuladas, aprovada e divulgada pela ANAC em 2 de maio de 2017, em definitivo abriu as portas do Brasil para o mundo dos drones. Tal fato, além de regularizar e trazer segurança, proporcionou um incremento nas vendas de equipamentos e soluções, proporcionando a constituição de empresas sérias, éticas e especializadas no assunto, entre elas a Dronarte & Emoções.

## 2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

A Dronarte não tem clientes, mas sim parceiros, uma vez que além do atendimento direto, é realizada prestação de serviços de terceirização, repassando clientes ou serviços quando além da demanda ou fora do “*savoir faire*”<sup>1</sup>. São estes clientes ou parceiros que, na maioria das vezes, fazem a divulgação de nossa empresa.

A Dronarte não visa trabalhar nos moldes de uma cooperativa, como descrito em Rochdale, cidade do interior da Inglaterra, onde o cooperativismo deu seus primeiros passos em 1844, mas procura seguir alguns de seus sete princípios, entre eles a intercooperação e o interesse pela comunidade

### 2.1.1 Público-Alvo

Pessoas físicas de classes média e alta, casais casados, prestes a se casarem ou prestes a completar bodas de prata ou ouro, pais de filhos a serem batizados, crismados ou debutantes.

Não só na alegria, mas também na tristeza a empresa disponibiliza um serviço inovador de desenvolvimento de lembranças de falecimento multimídia, criado a partir de fotografias e filmes fornecidos pela família enlutada.

---

<sup>1</sup> Frase de origem francesa que significa saber fazer.

Pessoas jurídicas de pequeno ou médio porte interessadas em vídeos institucionais, material de EAD para escolas e empresas e terceirização de serviços envolvendo parceiros do ramo de fotografia e cinema.

### 2.1.2 Comportamento dos Clientes

Pessoas físicas com baixa frequência de busca, porém exigentes em relação à qualidade e dispostos a pagar. Pessoas jurídicas exigentes em relação à qualidade, preço e prazos.

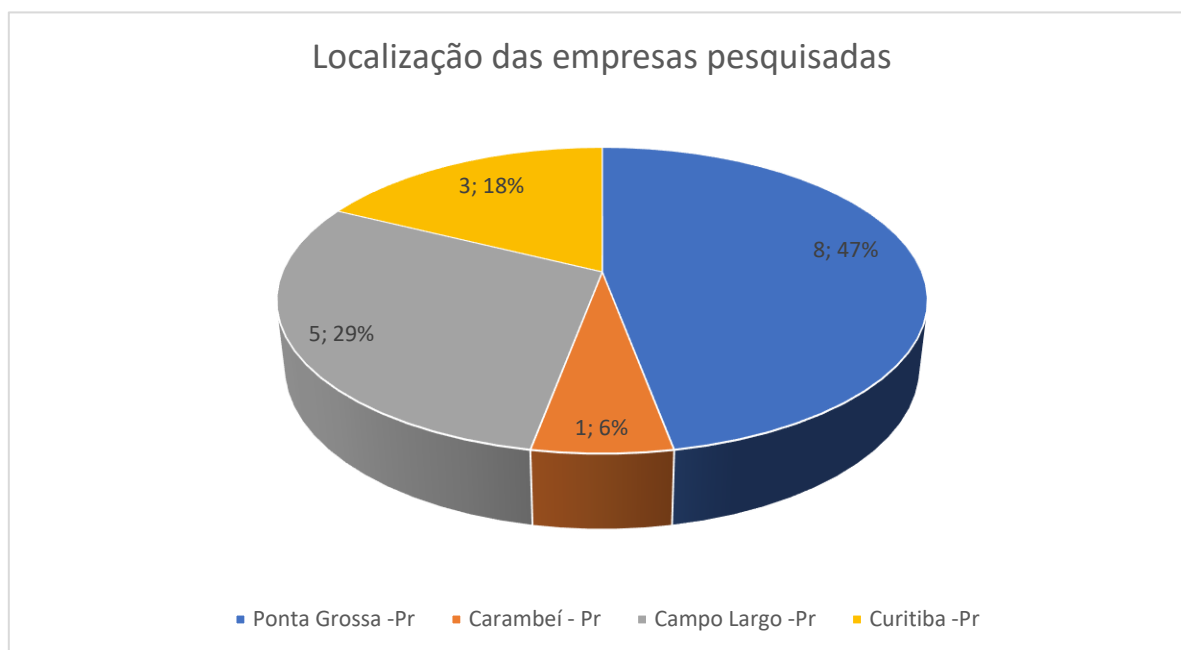
### 2.1.3 Área de Abrangência

A princípio, a empresa atuará na região de Campo Largo – PR e Campos Gerais, envolvendo pessoas físicas e jurídicas que buscam informações locais, normalmente via internet e/ou por indicações.

## 2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

Independente de tratar-se de um produto inovador ou não, exceto os que comprem por impulso, a maioria dos consumidores brasileiros costumam pesquisar e negociar antes de efetuarem a primeira compra.

No final de maio de 2018, foi realizada uma pesquisa eletrônica na área de atuação da Dronarte & Emoções, e identificou-se aproximadamente que 17 empresas prestavam serviços relacionados ao uso de drones. Vide figura 2.



**Figura 2** - Localização das empresas pesquisadas

Fonte: Os autores, 2018

Deste total de 17 empresas, apenas 7 empresas possuíam site na internet, 9 possuíam perfis no Facebook e 6 possuíam e-mail para contato. Apenas duas empresas localizadas na cidade de Ponta Grossa, aparentemente da mesma família e com mais tempo de mercado, possuíam site, perfil no Facebook<sup>2</sup> e e-mail para contato.

Três empresas da cidade de Campo Largo tinham seu site subordinado a plataforma [www.casamentos.com.br](http://www.casamentos.com.br), que atua em nível nacional, voltada para uma solução completa na área de casamentos. Porém, nada foi encontrado relacionado a drones. A solicitação de orçamento exigia a concordância de cláusulas contratuais, às quais a empresa preferiu não se sujeitar, uma vez que o seu objetivo era a contratação de serviços relacionados a drones.

Na cidade de Campo Largo, mais precisamente na região do distrito de Ferrara, foi identificada uma pessoa física que tem o drone apenas como “hobby”, com publicações no Youtube, porém sem interesse na área profissional por enquanto. Desta forma preferiu-se mantê-lo na estatística como concorrente “prospect”.

<sup>2</sup> Facebook é uma mídia social e rede social virtual lançada em 4 de fevereiro de 2004, operado e de propriedade privada da Facebook Inc



Deste total de 17 empresas, já incluso o cliente “prospect<sup>3</sup>”, verificou-se que apenas 6 empresas apresentavam serviços com drone em seu portfólio profissional, ou seja, duas da cidade de Ponta Grossa, uma da cidade de Campo Largo e três da cidade de Curitiba.

Desta forma concluiu-se que há 5 concorrentes diretos, um “prospect concorrente” e 11 que poderão ser “prospect concorrentes” ou clientes parceiros da Dronarte & Emoções, sem eximir a possibilidade de se trabalhar como parceiros de todos eles.

A seguir, um breve estudo dos principais concorrentes diretos da Dronarte & Emoções.

#### **a) Curitiba Drones**

Localizado na Rua Padre Anchieta - 2050 - Sala 603 - Helbor Offices Curitiba - PR. A empresa trabalha com fotografia, fotografia “still”<sup>4</sup>, criação, edição, treinamentos e locação de equipamentos. Também com cobertura de eventos esportivos, políticos, particulares, shows e festivais. Produção de fotos e vídeos institucionais nas áreas comerciais e empresariais, setor imobiliário, industrial e agrícola, locação de drones para produções independentes, aerofotogrametria e levantamentos topográficos.

Respondeu a solicitação de orçamento, pedindo maiores detalhes, no mesmo dia em que foi enviada. Comparando-se com os demais concorrentes, os valores estão na média, não cobra deslocamento e cobra diárias distintas para fotografia, fotografia “still” e vídeo completo com edição de até 5 minutos.

#### **b) RX Studio**

Localizado na Rua Augusto Ribas, 345, sala 3, Ponta Grossa - Pr. Visitando o perfil no Facebook percebe-se que a empresa é especializada em casamentos, com elevado nível de qualidade em fotografia “still” e imagens geradas com drones. As edições têm um elevado número de comentários positivos e elogios.

Não possui “site” na internet e nem e-mail de contato. No entanto, no mesmo dia em que foi solicitado orçamento ligou para obter mais detalhes e no dia seguinte enviou orçamento via Facebook.

---

<sup>3</sup> Termo usualmente utilizado em marketing que denomina alguém que busca informações sobre temas que você aborda e, por esse motivo, entra em contato com sua marca em um determinado momento.

<sup>4</sup> Fotografia “Still” no linguajar de cinema denomina a fotografia convencional, enquanto o termo fotografia denomina vídeo ou filmagem.

Trata-se de uma empresa familiar, cujo proprietário tem larga experiência no mercado, seguido pelo filho que se dedica mais à edição. Comparando-se com os outros concorrentes, os valores estão acima da média.

### **c) Oriental Fotografias**

Localizado na Rua Adjanir Cardon, 222, Jardim Carvalho, Ponta Grossa - PR. Visitando o site e o perfil da empresa no Facebook percebe-se que a maioria de seus trabalhos estão voltados para casamentos e festas de aniversário, seguidos por algumas festas de empresas e comerciais, provavelmente para veiculação em televisão. No entanto, em nenhum dos trabalhos apresentados percebeu-se imagens geradas por drones.

Via e-mail respondeu a solicitação de orçamento dois dias depois, sem muitos detalhes, passando um valor muito baixo comparando-se com os outros concorrentes. Foram solicitados mais detalhes, mas sem respostas até a conclusão deste trabalho.

### **d) Aeroclip**

Via site da empresa, verificou-se que matém um e-mail e dois telefones para contato, um da cidade de Curitiba - Pr e outro da cidade de Maringá - Pr. Porém, não foi identificado nenhum endereço físico. Possuem um portfólio diversificado, com uns poucos vídeos voltados para o esporte e ensaios fotográficos e muitos vídeos institucionais.

Via e-mail, solicitou-se orçamento. A empresa retornou pedindo maiores detalhes. Foram enviados os detalhes, porém sem retorno.

### **e) 041 Drones**

Localizado na Av. Nossa Senhora da Luz, 751 - Sala 302, Bacacheri - Curitiba/PR. Segundo o site da empresa, a 041 Drone capta imagens de alta resolução por meio de drones e câmera em solo, gerando fotos em 20MP e vídeos 16:9 em até 4K de resolução. Possui Drone DJI Phantom 4 Pro e DJI Osmo 4k. Desenvolve materiais completos envolvendo vídeos institucionais, comerciais, eventos, promoções etc.

Via e-mail respondeu solicitação de orçamento de imediato, detalhando valores e principais itens da ICA 100-40<sup>5</sup>. Considerado o valor mais alto entre as empresas consultadas.

#### **f) Fotografia Lascovski**

Localizada em Ferraria, Campo Largo - Pr. Trata-se de uma empresa em início de operação, que trabalha somente com fotografia “still”. Um dos sócios da Dronarte já teve a oportunidade de trabalhar junto em eventos voltados para a comunidade carente, onde a proprietária participou com fotografia “still” e um dos sócios com fotografia e edição.

Existe a possibilidade da Dronarte trabalhar em parceria, uma vez que já recebeu convites e já a indicou para alguns eventos. Considerando-se as informações obtidas em relação aos concorrentes, percebe-se que os mais fortes se localizam em Curitiba e Ponta Grossa. Porém, por enquanto, existe um vácuo nas regiões de Campo Largo - Pr e Carambeí - Pr.

Há possibilidades de ocupar este espaço e/ou prestar serviços para estas empresas, que até então trabalham com fotografia convencional ou estão em início de carreira, tal como a Dronarte & Emoções.

### **2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES**

A Dronarte & Emoções trabalha com poucos fornecedores, porém sempre buscando um bom custo X benefício, sem detrimento da qualidade e um contínuo desenvolvimento de novos fornecedores e parceiros.

#### **a) Master Equipamentos de Áudio e Vídeo**

Distribuidor de equipamentos fotográficos, localizado em Curitiba, possui um amplo número de itens, bom atendimento e condições de pagamento. Já tem fornecido equipamentos para uso individual dos sócios.

---

<sup>5</sup> Norma do DCEA, que regulamenta o Sistemas de Aeronaves Remotamente Pilotadas e o Acesso ao Espaço Aéreo Brasileiro

**b) Diafilme Equipamentos Fotográficos**

Distribuidora de equipamentos fotográficos, localizada em Curitiba desde 1986. Possui um amplo número de itens, bom atendimento e condições de pagamento. Já tem fornecido equipamentos para uso individual dos sócios, sendo indicada por várias outras empresas ligadas ao ramo de fotografia.

**c) Drone Direto**

Revenda autorizada e assistência técnica de drones e equipamentos da DJI, localizada em Curitiba – Pr. Loja recém-inaugurada, que oferece descontos especiais para pós-graduandos da PUC-Pr.

**3 PLANO DE MARKETING**

A estratégia de marketing da Dronarte & Emoções tem como objetivo a inserção no mercado de forma gradativa, porém sólida, principalmente na região de Campo Largo - Pr, Campos Gerais e regiões adjacentes. Em paralelo, dependendo da demanda, ou posteriormente, envolver demais regiões do estado do Paraná, Brasil e Mercosul.

**3.1 PRODUTOS E SERVIÇOS**

Para prospectar o portfólio dos produtos a serem fornecidos pela Dronarte & Emoções, elaborou-se um “Business Model Canvas”, mais conhecido como Canvas5 (Figura 3)

A Dronarte & Emoções tem como portfólio de produtos e serviços a pré-produção, produção e pós-produção de eventos fotográficos, corporativos e EAD, envolvendo captação de imagens via drone e ou outros meios, edição de fotos e vídeos, criação de vídeos corporativos e terceirização de serviços.

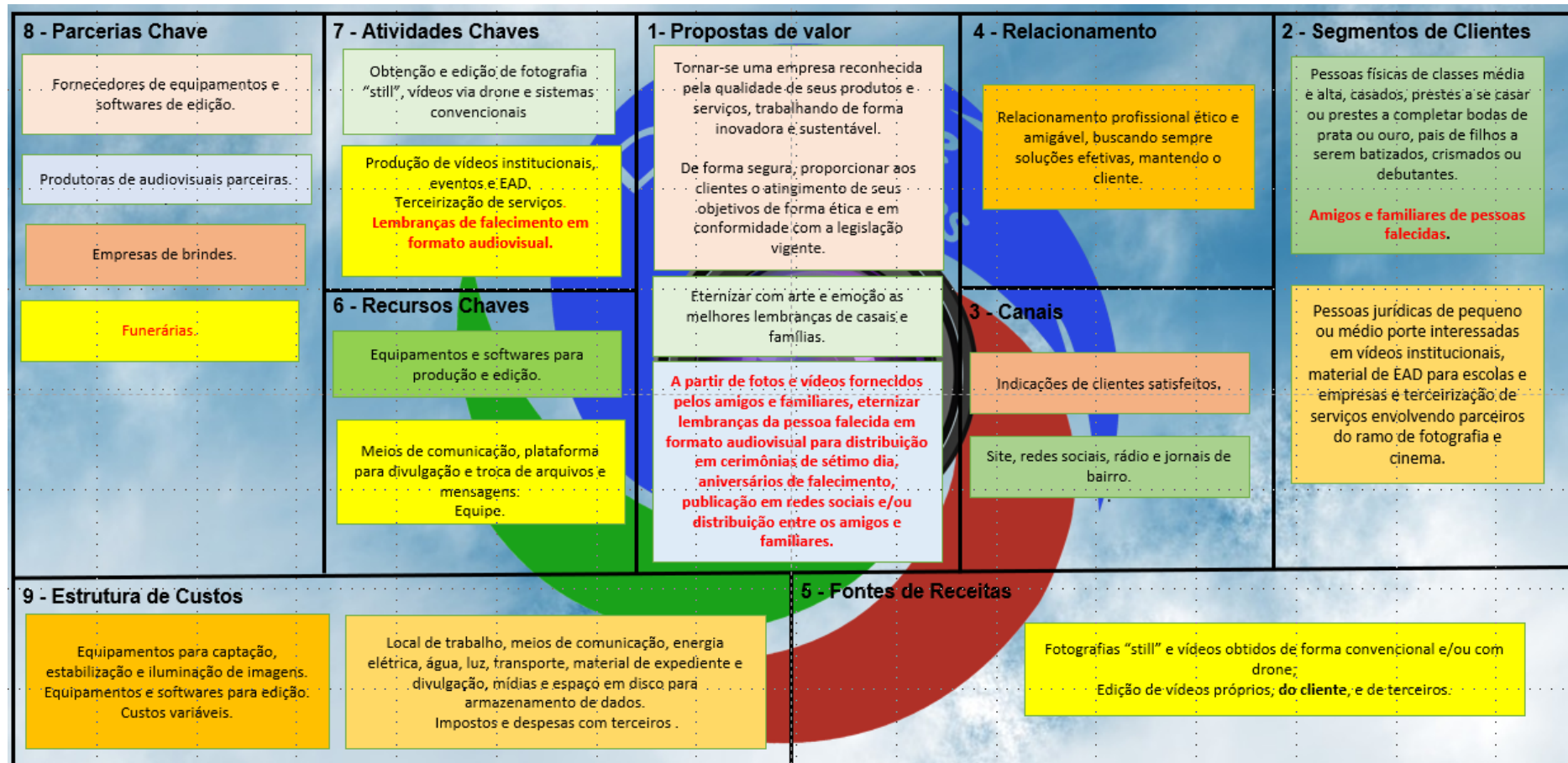


Figura 3 - Canvas<sup>6</sup> – Plano de negócios – Dronarte & Emoções

Fonte: Os autores, 2018

<sup>6</sup> O Business Model Canvas ou "Quadro de modelo de negócios" é uma ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes.

Antes de se iniciar qualquer projeto, independente de qual seja o seu tamanho ou importância, a Dronarte & Emoções tem ciência de que o principal interessado sempre será o cliente. A Dronarte & Emoções será apenas o meio pelo qual o cliente pretende atingir seus objetivos. Portanto, a primeira coisa a ser feita sempre será a de ouvir o cliente.

Uma vez definido o objetivo do cliente, é verificado a viabilidade do projeto. Caso ele não seja viável, serão propostas sugestões e/ou parcerias que possam torná-lo possível.

Se viável, partirá para os processos de pré-produção, procurando responder e praticar no mínimo os 5W3H, comumente utilizados em administração e processos de qualidade, ou seja: What (o que), Who (quem), When (quando), Where (onde), Why (por que), How (como), How Much (quanto custará) e How many (quantos).

Normalmente o portfólio de produtos e serviços compõe-se dos seguintes itens básicos:

- Fotografia “still”
  - Convencional: alta resolução, 16X9, câmera de alta qualidade, iluminação natural ou com equipamentos;
  - Drone: alta resolução, 16X9
- Fotografia
  - Convencional: alta resolução, 16X9, câmera de alta qualidade ou EOS, iluminação natural ou com equipamentos;
  - Drone: alta resolução full HD ou 4K, iluminação natural
- Edição
  - Roteiro pré-definido;
  - Material próprio ou de terceiros;
  - Envolvendo fotos e vídeos.

Em conformidade com a legislação vigente:

- Os equipamentos serão devidamente cadastrados junto à Agência Nacional de Aviação – ANAC, conforme RBAC-E 94/2017, bem como suas frequências de rádio controle devidamente homologadas pela Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL;
- Os voos serão devidamente registrados junto ao Departamento de Controle do Espaço Aéreo - DECEA, de acordo com a ICA100-40/2016.

### 3.2 PREÇO

Os preços serão praticados em conformidade com o tipo de trabalho, equipamentos e recursos utilizados para a atividade. Sendo que para fotografia “still” e fotografia serão cobrados em formato de diárias acrescidas de valores de deslocamento e para edição e afins em horas de trabalho.

Para captação de imagens com drones será utilizado o multirrotor Phantom 4 Pro da DJI ou similar, que dispõe de alta tecnologia, confiabilidade e excelente qualidade de imagens. (Figura 4)



**Figura 4** - Drone multirrotor Phantom 4 Pro da DJI.

Fonte: <https://store.dji.com/product/phantom-4-pro-v2?vid=43151>, 2017

Tendo-se por base a tomada de preços realizada por empresas que prestam serviços nessa área, os valores da diária para fotografia e filmagem com drones multirrotores variava de R\$ 480,00 a R\$ 1.900,00, sendo dados coletados em junho de 2018.

Após contatar um consultor especializado do Sebrae para auxiliar na formação dos preços, pode-se praticar os seguintes valores. (Tabela 2).

**Tabela 2** - Valores unitários de produtos e serviços

Produto/Serviço	Preço de venda unitário (em R\$)
Diária Fotografia “still”	R\$ 800,00
Diária Fotografia	R\$ 1.200,00
Hora edição	R\$ 100,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2.100,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

### 3.3 ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Acredita-se que um cliente satisfeito trará outros através de indicações. Além de indicações pretende-se:

- Divulgar a empresa via site corporativo, (Figura 5);
- Divulgar a empresa através do próprio produto, ou seja, no verso das fotos, nas contracapas de DVD's e Blu-ray's<sup>7</sup>, como créditos no final de filmes etc.;
- Captar, manter atualizado cadastro de clientes e envio de mala direta via e-mail;
- Na região de Ferraria em Campo Largo - Pr a rádio Web Ferraria <http://www.radioferraria.com.br/> e em Curitiba a rádio <http://www.bandab.com.br/> apresentam uma boa audiência e podem ser utilizadas para a divulgação de serviços voltados para um público classe B e C;

<sup>7</sup> Também conhecido como BD (de Blu-rayDisc) é um formato de disco óptico com 12 cm de diâmetro e 1,2 mm de espessura (igual ao CD e ao DVD) para vídeo e áudio de alta definição e armazenamento de dados de alta densidade.



- Em Carambeí – Pr a divulgação pode ser feita pela rádio Pioneira FM e em Ponta Grossa – Pr pela rádio FM 107. Ambas atingem o público alvo na região;
- Anúncios em jornais de bairro, revistas locais, panfletos em locais de grande circulação de pessoas, site na internet (adicionar em diretórios especializados para empresas e motores de busca), Facebook, Instagram, Twitter, com criação de portfólio online;
- Gravações de DVD's e Blu-ray's;
- Brindes;
- Participação em feiras e eventos relacionados ao objeto do negócio.

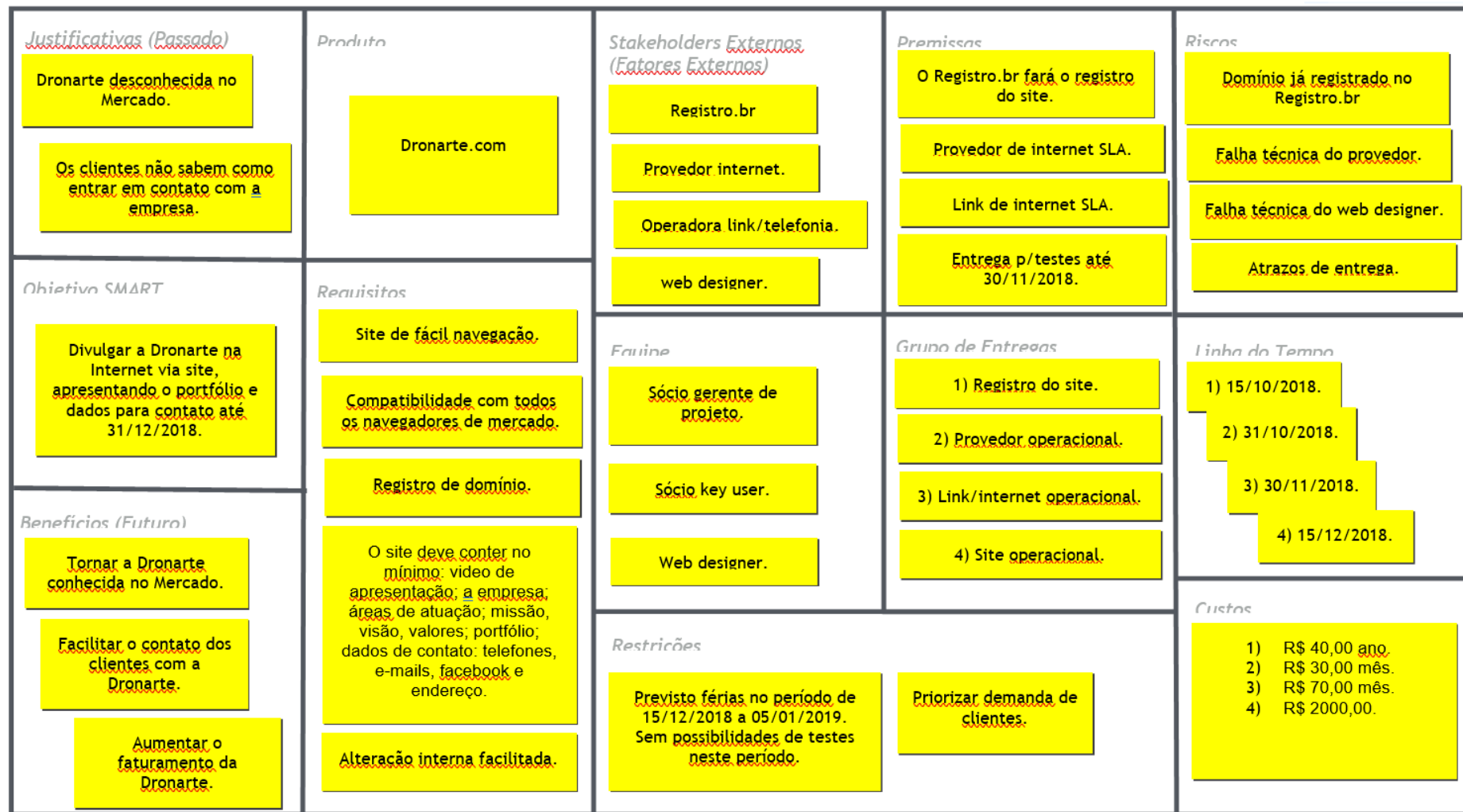


Figura 5 - Canvas – Plano de divulgação via site corporativo

Fonte: Os autores, 2018

### 3.4 ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

Os canais de distribuição do produto que podem ser adotados pela empresa, a princípio, são:

- Venda direta: o consumidor faz seu pedido no próprio escritório;
- Via Internet: através de um espaço virtual, loja virtual;
- Divulgação na Internet: via site, Facebook e outras redes sociais.
- Dependendo do produto, a empresa atenderá em todo país, fator que a levará a enviar seus trabalhos pelo sistema de Correios SEDEX ou via e-mail;
- Serviços relacionados a captação de imagens, seja via drone ou qualquer equipamento fotográfico, a princípio serão oferecidos nas regiões de Curitiba e Campos Gerais.

### 3.5 LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A Dronarte & Emoções terá como sede a Av. do Ouro, 159, Vila Nova Holanda, em Carambeí - Pr. (Figura 6).

Apesar de um dos sócios residir próximo a Curitiba, em Ferraria, Campo Largo - Pr, não há condições de situar a empresa, uma vez que nem sequer há serviços eficientes de Correios, telefonia e Internet na região.

Em Carambeí - Pr, próximo a Ponta Grossa - Pr, os serviços básicos de telefonia, internet e correios funcionam com mais eficiência.

Sua localização justifica-se também pelo fato de estar mais distante de Curitiba, onde já existe um número elevado de empresas concorrentes e próxima de Ponta Grossa - Pr, onde a concorrência é menor, porém com um bom potencial para formação de parcerias com as empresas ligadas a fotografia que ainda não dispõem dos serviços com drones. Do ponto de vista geográfico, a sede localiza-se no centro da região de interesse da empresa.

Carambeí - Pr também sedia um parque histórico, considerado um dos maiores museus a céu aberto do Brasil, com mais de 100 mil metros quadrados, com um enorme número de visitantes oriundos de várias partes do Brasil e exterior. Um dos sócios que reside em Carambeí tem um bom relacionamento com a administração do parque, onde já desenvolveu vários trabalhos. Desta forma, há grandes possibilidades de se fazer uma boa divulgação da Dronarte & Emoções junto ao público que frequenta o parque.



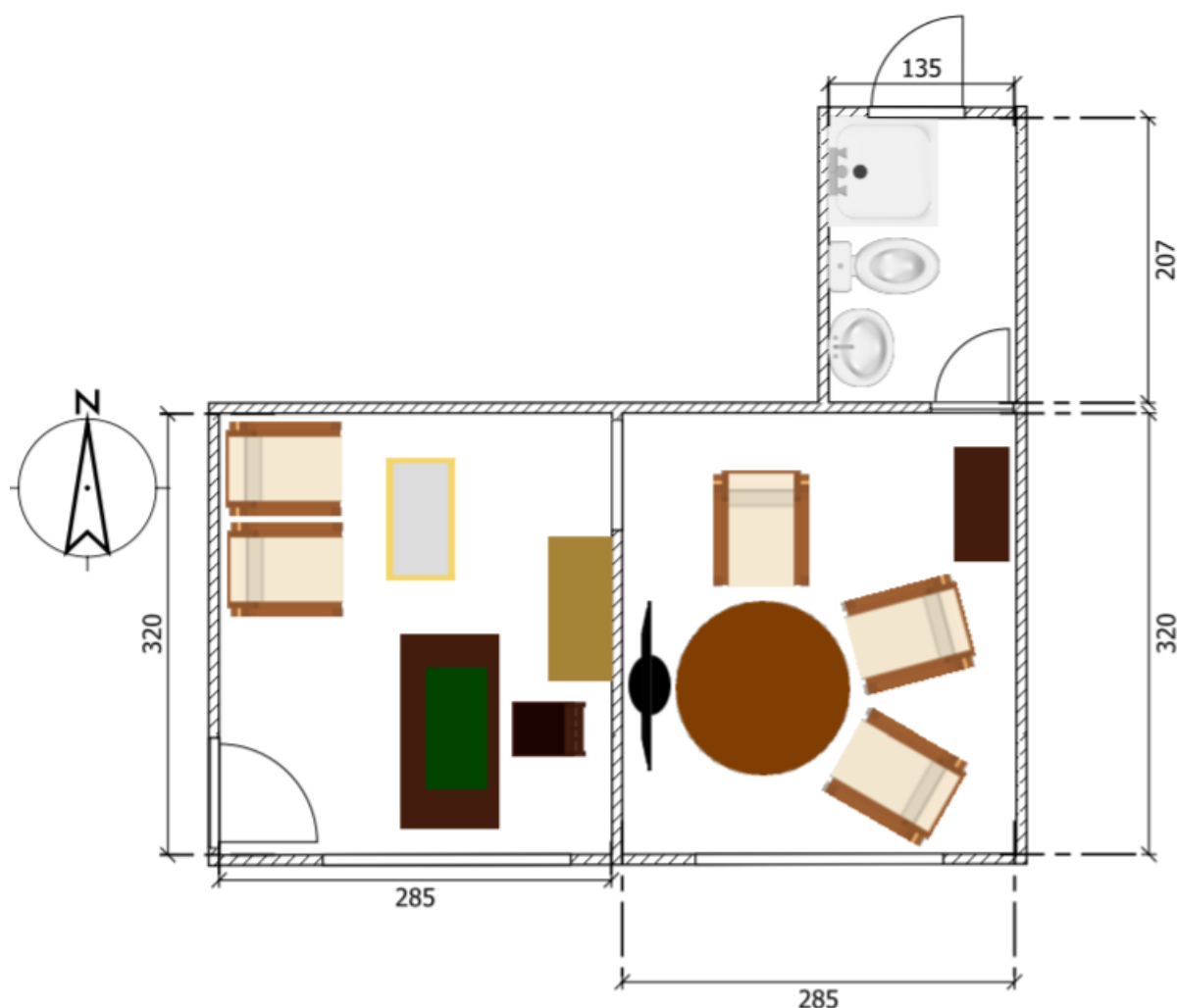
**Figura 6** - Localização geográfica da Dronarte & Emoções

Fonte: Google Maps, 2018

Procuramos sempre falar a linguagem dos clientes de uma forma simples e empática, buscando entender seus anseios, ainda que ocultos. A exemplo, podemos citar algumas manifestações de clientes, tais como:

- “Nós não queremos estes famosos de mercado, mas alguém daqui que fale nossa linguagem”;
- “Pagamos o que vocês quiserem para que fotografem a primeira comunhão da paróquia”;
- “O trabalho de vocês é diferente em relação ao que nós temos por aqui”;
- “Preferimos trabalhar com pessoas sem estrelismos”.

Tais manifestações provam que os clientes estão dispostos a pagar e a comprar o nosso trabalho.

**4 PLANO OPERACIONAL****4.1 LAYOUT E/OU FLUXOGRAMA****Figura 7** - Planta baixa do escritório da empresa

Fonte: Os autores, 2018

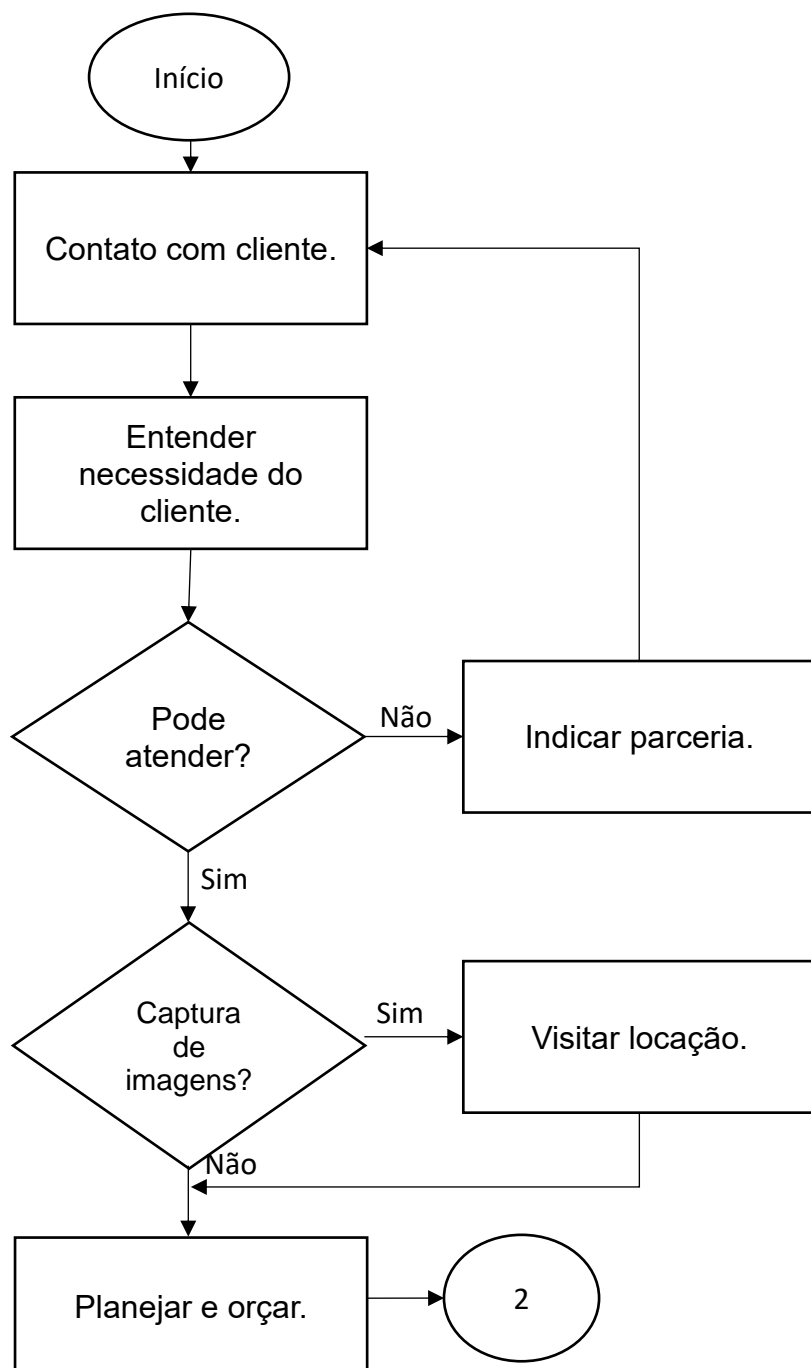
**4.2 CAPACIDADE INSTALADA**

Os sócios trabalham em trabalhos fixos. No entanto, em virtude da crise econômica e política pela qual passa o país, não seria prudente investir todo o tempo e capital neste negócio no momento.

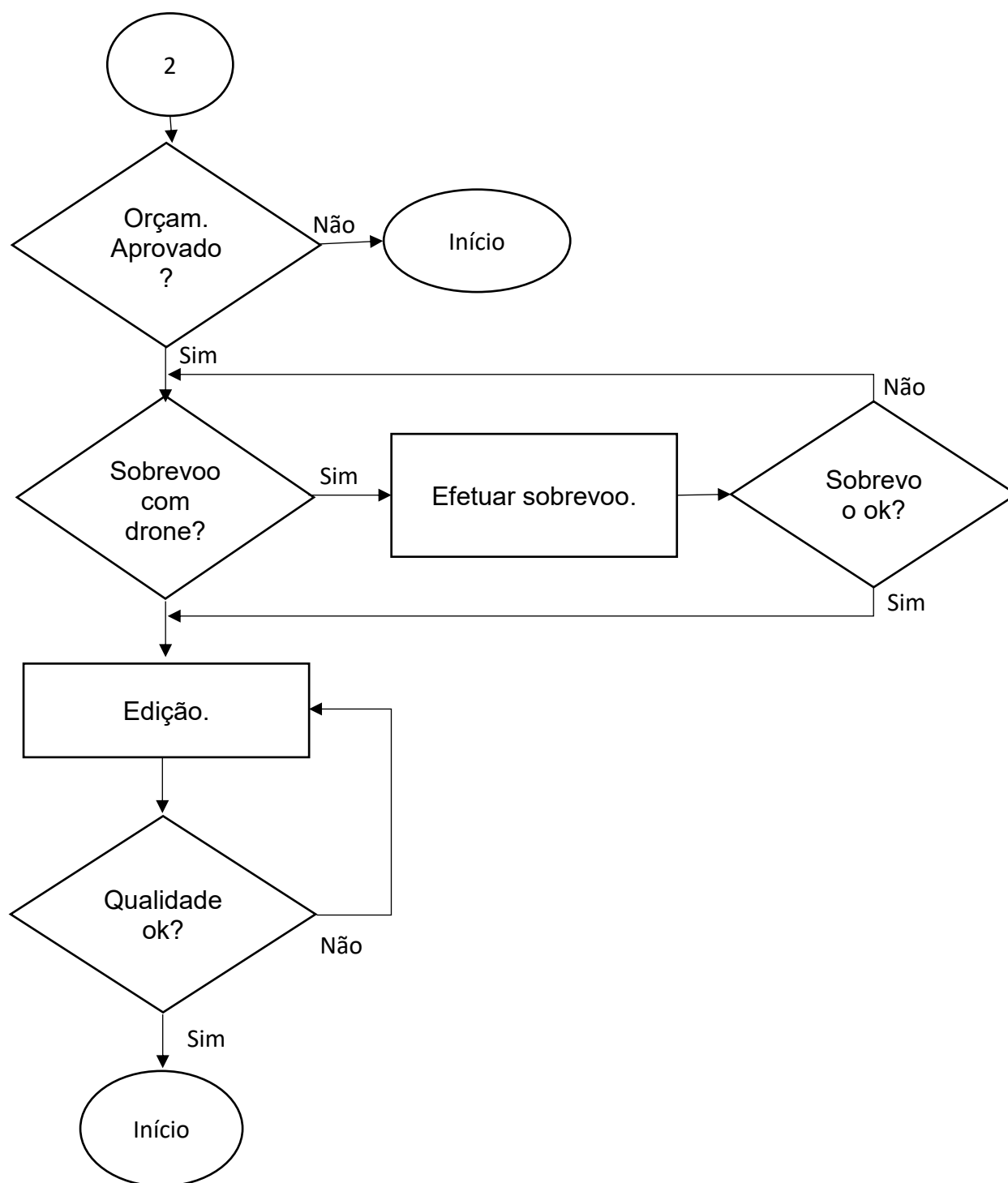
Desta forma, a princípio, entende-se que seja prudente que os sócios continuem com seus afazeres, dedicando apenas o tempo livre para o presente negócio. A empresa assumiria apenas os projetos passíveis de serem concluídos com efetividade e qualidade, dentro do tempo disponível, partilhando a carga de trabalho entre os sócios.

### 4.3 PROCESSOS OPERACIONAIS

Mediante proposta, a empresa avaliará as possibilidades e assumirá os trabalhos, caso tenha possibilidades de entrega de forma efetiva. Caso contrário, buscará parceiros que possam auxiliá-la de forma parcial ou até integral, se necessário. (Figura 8).



**Figura 8** - Fluxograma de processos operacionais



**Figura 8** - Fluxograma de processos operacionais

<continuação>

Fonte: Os autores, 2018

#### 4.4 NECESSIDADE DE PESSOAL

Inicialmente, com a disponibilidade de meios de comunicação tais como Web Page, e-mail, Facebook, WhatsApp<sup>8</sup> e telefonia celular para contatos, a empresa não vê a necessidade de contratação de pessoal.

Na sequência, além dos sócios, se houver demanda, a empresa poderá contratar um ou mais estagiários junto ao Centro de Integração Estudante Escola (CIEE), os quais serão responsáveis por atender telefonemas, agendar horários, dar posicionamento aos clientes sobre o andamento dos projetos, efetuar publicidade nas redes sociais e recepção dos clientes no escritório.

### 5 PLANO FINANCEIRO

Para a instalação da Dronarte & Emoções, a empresa prevê um capital inicial de R\$ 81.001,24 (Tabela 1). O valor total previsto para o empreendimento tem como base os investimentos fixos, o capital de giro e a reserva técnica prevista para a capitalização da empresa.

O resultado operacional anual de R\$ 44.360,27 (Tabela 24) demonstra a liquidez da Dronarte & Emoções ao final do ano comercial e traz aos sócios o resultado ou a capacidade de pagamento do investimento. Esta capacidade de pagamento é resultante da soma do resultado líquido após os impostos, somado ao valor da depreciação. A depreciação trata-se somente de um lançamento contábil, não representando saída do caixa. Porém, garante a reposição do equipamento ao final de sua vida útil.

Em conformidade com o demonstrado nos indicadores econômicos (Tabela 3):

- O prazo de retorno do investimento inicial é de 1 ano e 10 meses, característica esta, de atratividade.
- O ponto de equilíbrio representa o faturamento mínimo anual para que a empresa seja viável.
- A lucratividade mede o lucro líquido em relação às vendas.

---

<sup>8</sup> WhatsApp Messenger é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.



**Tabela 3** - Indicadores econômicos

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de Equilíbrio	R\$ 95.063,85
Lucratividade	30,07%
Rentabilidade	54,76%
Prazo de retorno do investimento	1 ano e 10 meses

Fonte: Os autores, 2018

## 5.1 INVESTIMENTOS FIXOS

### A - Imóveis

A empresa será instalada em anexo à residência de um dos sócios.

### B - Máquinas e equipamentos

**Tabela 4** - Máquinas e equipamentos.

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Drone Dji Phantom 4 Pro+ Plus com Tela Kit 2 Bateria Mega Pro	2	R\$ 10.000,00	R\$ 20.000,00
2	Câmera Canon EOS 70D kit EFS 18-135 IS STM	2	R\$ 10.000,00	R\$ 20.000,00
3	Tripé Manfrotto 028B + Cabeça Manfrotto MVH502AH Pro Vídeo 4,0 kg Hidráulica	2	R\$ 2.748,00	R\$ 5.496,00
4	Monopé Manfrotto MVM500A 5,0Kg	2	R\$ 1.737,00	R\$ 3.474,00
5	Smart TV LED 43" Samsung 4K/Ultra HD 43MU6100 - Wi-Fi 3 HDMI 2 USB DLNA	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
6	Multifuncional Laser Monocromática DCP-L2540DW Brother	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
7	Refiladora (extensão de corte 310mm) 5fls 894110 Maped BT	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
8	Nobreaks Ups BZ 1500va 8 tomadas bivolt Apc	1	R\$ 850,00	R\$ 850,00
9	CFTV/Sistema de alarme	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
10	Secretária eletrônica	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
<b>SUB-TOTAL (B)</b>				<b>R\$ 56.390,00</b>

Fonte: Os autores, 2018.

## C - Móveis e Utensílios

**Tabela 5** - Móveis e utensílios.

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Conjunto para escritório completo carvalho - Kappesberg (cod. 25138)	1	R\$ 4.700,00	R\$ 4.700,00
2	Poltrona diretor Ibiza J. Serrano cinza - Design Chair (cod. 34024)	3	R\$ 650,00	R\$ 1.950,00
3	Arquivo de aço 4 gavetas pasta suspensa	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
<b>SUB-TOTAL (C)</b>				<b>R\$ 7.150,00</b>

Fonte: Os autores, 2018.

## D - Computadores

**Tabela 6** - Computadores.

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	Acer Aspire Nitro 5 AN515-51-75KX, Core I7, Nvidia Geforce 4GB, 16 GB	2	R\$ 5.200,00	R\$ 10.400,00
<b>SUB-TOTAL (D)</b>				<b>R\$ 10.400,00</b>

Fonte: Os autores, 2018.

## 5.2 ESTOQUE INICIAL

**Tabela 7** - Estoque inicial para material de escritório.

<b>Nº</b>	<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
1	HD externo Seagate 1 TB	2	R\$ 349,00	R\$ 698,00
2	Cartão Micro SD Extreme 64GB 100mb/s 4K	8	R\$ 249,00	R\$ 1.992,00
3	Dvd-r gravável 4.7gb 16x 120min bulk Sony pt 50 un.	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
4	Pen drive 64gb USB 3.0 Ultra SDCZ48 SanDisk BT	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
5	Papel sulfite 75g alcalino 210x297 A4 Chamex Office Ipaper pt 500 fl	2	R\$ 22,00	R\$ 44,00
6	Grampeador de mesa 26/6 20fl O- 200 Easy Office	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
7	Grampo p/grampeador 26/6 galvanizado Easy Office cx 5000 un.	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
8	Cartucho toner p/Brother preto TN2370 Brother	1	R\$ 235,00	R\$ 235,00
9	Lâmina de corte p/refiladora (precise cut 894110) 894910 Maped BT 2 un.	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
10	Pasta suspensa kraft 170g haste plást. Dello cx 50 un	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
11	Clips nr.2/0 galvanizado (lata c/500g) Spiral.	1	R\$ 14,00	R\$ 14,00
<b>TOTAL (A)</b>				<b>R\$ 3.540,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

**5.3 CAIXA MÍNIMO**

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas. (Tabela 8).

**Tabela 8** - Prazo médio de contas a receber.

<b>Prazo médio de vendas</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média ponderada em dias</b>
Prazo 30 dias	20	30	6,00
A vista	50	1	0,50
Prazo 7 dias	30	7	2,10
<b>Prazo médio total</b>			<b>9</b>

Fonte: Os autores, 2018

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras. (Tabela 9).

**Tabela 9** - Prazo médio de compras.

<b>Prazo médio de compras</b>	<b>(%)</b>	<b>Número de dias</b>	<b>Média ponderada em dias</b>
7 dias	20,00	7	1,40
30 dias	80,00	30	24,00
<b>Prazo médio total</b>			<b>26</b>

Fonte: Os autores, 2018

3º Passo: Estoque – A necessidade média de estoque é de 1 dia.

4º Passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias. (Tabela 10).

**Tabela 10** - Fluxo de pagamentos e recebimentos.

<b>Recursos da empresa fora do seu caixa</b>	<b>Número de dias</b>
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	9
2. Estoques – necessidade média de estoques	1
Subtotal Recursos fora do caixa	10
<b>Recursos de terceiros no caixa da empresa</b>	
3. Fornecedores – prazo médio de compras	26
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	26
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	-16

Fonte: Os autores, 2018

**Tabela 11** - Caixa mínimo.

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
1. Custo fixo mensal	R\$ 6.697,68
2. Custo variável mensal	R\$ 1.700,00
3. Custo total da empresa	R\$ 8.397,68
4. Custo total diário	R\$ 279,92
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	-R\$ 16,00
<b>Total de B – Caixa Mínimo</b>	<b>-R\$ -4.478,76</b>

Fonte: Os autores, 2018

**Tabela 12** - Capital de giro.

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
A – Estoque Inicial	R\$ 3.540,00
B – Caixa Mínimo	-R\$ -4.478,76
<b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b>	<b>-R\$ -938,76</b>

Fonte: Os autores, 2018

#### 5.4 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

**Tabela 13** - Investimentos pré-operacionais.

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 3.000,00
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 2.000,00
Outras despesas	R\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 8.000,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

## 5.5 INVESTIMENTO TOTAL

**Tabela 14** - Investimento total.

<b>Descrição dos investimentos</b>	<b>Valores</b>	<b>(%)</b>
Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 73.940,00	91,28
Capital de Giro – Quadro 5.2	-R\$ 938,76	-1,16
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 8.000,00	9,88
<b>TOTAL (1 + 2 + 3)</b>	<b>R\$ 81.001,24</b>	<b>100,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

## 5.6 FATURAMENTO MENSAL

**Tabela 15** - Faturamento mensal.

<b>Nº</b>	<b>Produto/Serviço</b>	<b>Quantidade (Estimativa de vendas)</b>	<b>Preço de venda Unitário (em R\$)</b>	<b>Faturamento Total (em R\$)</b>
1	Fotografia	4	R\$ 800,00	R\$ 3.200,00
2	Filmagem	4	R\$ 1.200,00	R\$ 4.800,00
3	Horas de edição	30	R\$ 100,00	R\$ 3.000,00
<b>Total</b>				<b>R\$ 11.000,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

Projeção das receitas: O crescimento segue a uma taxa constante de 2% ao mês para os 12 primeiros meses e de 5 % ao ano a partir do 2º ano.

**Tabela 16** - Projeção de crescimento mensal.

<b>Período</b>	<b>Faturamento Total</b>
Mês 1	R\$ 11.000,00
Mês 2	R\$ 11.220,00
Mês 3	R\$ 11.444,40
Mês 4	R\$ 11.673,29
Mês 5	R\$ 11.906,75
Mês 6	R\$ 12.144,89
Mês 7	R\$ 12.387,79
Mês 8	R\$ 12.635,54
Mês 9	R\$ 12.888,25
Mês 10	R\$ 13.146,02
Mês 11	R\$ 13.408,94
Mês 12	R\$ 13.677,12
<b>Ano 1</b>	<b>R\$ 147.532,99</b>

Fonte: Os autores, 2018

## 5.7 CUSTO UNITÁRIO

**Tabela 17** - Custo fotografia.

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Espaço em HD em GB	10	R\$ 0,50	R\$ 5,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 5,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

**Tabela 18** - Custo filmagem

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Espaço em HD em GB	60	R\$ 0,50	R\$ 30,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 30,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

**Tabela 19** - Horas de edição.

<b>Materiais / Insumos usados</b>	<b>Qtde</b>	<b>Custo Unitário</b>	<b>Total</b>
Espaço em HD em GB	60	R\$ 0,50	R\$ 30,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 30,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

## 5.8 CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

**Tabela 20** - Custos de comercialização.

<b>Descrição</b>	<b>(%)</b>	<b>Faturamento Estimado</b>	<b>Custo Total</b>
SIMPLES (Imposto Federal)	R\$ 6,00	R\$ 11.000,00	R\$ 660,00
Comissões (Gastos com Vendas)	R\$ 0,00	R\$ 11.000,00	R\$ 0,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	R\$ 0,00	R\$ 11.000,00	R\$ 0,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	R\$ 0,00	R\$ 11.000,00	R\$ 0,00
<b>Total Impostos</b>			<b>R\$ 660,00</b>
<b>Total Gastos com vendas</b>			<b>R\$ 0,00</b>
<b>Total Geral (Impostos + Gastos)</b>			<b>R\$ 660,00</b>

Fonte: Os autores, 2018

**Tabela 21** - Custos mensais de comercialização.

<b>Período</b>	<b>Custo Total</b>
Mês 1	R\$ 660,00
Mês 2	R\$ 673,20
Mês 3	R\$ 686,66
Mês 4	R\$ 700,40
Mês 5	R\$ 714,41
Mês 6	R\$ 728,69
Mês 7	R\$ 743,27
Mês 8	R\$ 758,13
Mês 9	R\$ 773,30
Mês 10	R\$ 788,76
Mês 11	R\$ 804,54
Mês 12	R\$ 820,63
<b>Ano 1</b>	<b>R\$ 8.851,98</b>

Fonte: Os autores, 2018



**5.9 CUSTOS DE MÃO DE OBRA**

Inicialmente a empresa não tem previsão de contratação de mão de obra, os próprios sócios serão os funcionários.

**5.10 CUSTOS DEPRECIAÇÃO****Tabela 22** - Custos com depreciação.

<b>Ativos Fixos</b>	<b>Valor do bem</b>	<b>Vida útil em Anos</b>	<b>Depreciação Anual</b>	<b>Depreciação Mensal</b>
Máquinas e equipamentos	R\$ 56.390,00	10	R\$ 5.639,00	R\$ 469,92
Móveis e utensílios	R\$ 7.150,00	10	R\$ 715,00	R\$ 59,58
Veículos	R\$ 0,00	5	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Computadores	R\$ 10.400,00	5	R\$ 2.080,00	R\$ 173,33
<b>Total</b>			<b>R\$ 8.434,00</b>	<b>R\$ 702,83</b>

Fonte: Os autores, 2018

**5.11 CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSAIS****Tabela 23** - Custos fixos e operacionais mensais.

<b>Descrição</b>	<b>Custo</b>
Aluguel	R\$ 800,00
Condomínio	R\$ 200,00
IPTU	R\$ 100,00
Energia elétrica	R\$ 200,00
Telefone + Internet	R\$ 600,00
Honorários do contador	R\$ 500,00
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 200,00
Salários + encargos	R\$ 0,00
Material de limpeza	R\$ 200,00
Material de escritório	R\$ 100,00
Taxas diversas	R\$ 100,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00

Depreciação	R\$ 702,83
Contribuição do Microempreendedor	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
Adobe - Creative Cloud - Todos os Apps (2 licenças)	R\$ 488,00
Manutenção de site	R\$ 60,00
Seguro dos drones	R\$ 170,00
Seguro de câmeras fotográficas	R\$ 170,00
Tarifa bancária	R\$ 55,00
Associação comercial	R\$ 51,85
<b>Total</b>	<b>R\$ 6.697,68</b>

Fonte: Os autores, 2018

Projeção dos custos: crescimento a uma taxa constante de 0% nos primeiros 12 meses e 1% a partir do segundo ano.

## 5.12 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

**Tabela 24** - Demonstrativo de resultados.

<b>Descrição</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>(%)</b>
1. Receita Total com Vendas	R\$ 11.000,00	R\$ 147.532,99	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	-R\$ 1.040,00	R\$ 13.948,58	9,45
2.2 (-) Impostos sobre vendas	-R\$ 660,00	R\$ 8.851,99	6,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 0,00	R\$ 0,00	0,00
Total de custos Variáveis	R\$ 1.700,00	R\$ 22.800,57	15,45
3. Margem de Contribuição	R\$ 9.300,00	R\$ 124.732,42	84,55
4. (-) Custos Fixos Totais	-R\$ 6.697,68	R\$ 80.372,16	60,89
<b>5. Resultado Operacional: LUCRO</b>	<b>R\$ 2.602,32</b>	<b>R\$ 44.360,27</b>	<b>23,66</b>

Fonte: Os autores, 2018

## 5.13 INDICADORES DE VIABILIDADE

**Tabela 25** - Indicadores de viabilidade.

<b>Indicadores</b>	<b>Ano 1</b>
Ponto de Equilíbrio	R\$ 95.063,85
Lucratividade	30,07%
Rentabilidade	54,76%
<b>Prazo de retorno do investimento</b>	<b>1 ano e 10 meses</b>

Fonte: Os autores, 2018

**6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO**

A construção de cenários possibilita trabalhar com a modelagem de probabilidades positivas e negativas que podem ocorrer em um empreendimento. Os indicadores de viabilidade são positivos, porém, em virtude das incertezas pelas quais passa o Brasil, não é seguro realizar um investimento em apenas um segmento.

Desta forma, inicialmente, os sócios manterão suas atividades em paralelo, assumindo apenas os trabalhos que tenham possibilidades de entregar com qualidade, evitando empréstimos bancários e investimentos de risco.

A empresa aproveitará os eventos escolares, religiosos e esportivos da região, firmando parcerias, montando “stands” e ministrando palestras.

A empresa buscará sempre a obtenção do “feedback” dos clientes e parceiros, visando a melhoria contínua (Kaizen<sup>9</sup>).

<sup>9</sup> Kaizen, refere-se a filosofia ou práticas que incidem sobre a melhoria contínua dos processos de manufatura, engenharia, gestão de negócios ou qualquer processo.

**7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA****7.1 ANÁLISE SWOT**

Para a realização da avaliação estratégica da empresa, foi realizado uma análise SWOT, que pode ser verificado na sequência.

**FORÇAS**

Ambos os sócios:

- Possuem conhecimento na área de cinema (roteiro, filmagem e edição);
- Têm especialização em drones;
- Conhecem a maioria dos ritos religiosos;
- Possuem experiência envolvendo documentários, biografias, casamentos, projeções para espetáculos, aniversários, clipes musicais, eventos religiosos, projeções mapeadas, eventos comunitários, vinhetas para mídias, desenvolvimento de logotipos, reconstituições históricas, vídeos de homenagens póstumas e cinema;
- São empáticos com os clientes.

**FRAQUEZAS**

- Os sócios são mais técnicos do que administrativos, com deficiência de conhecimento na área de gestão e empreendedorismo;
- Problemas com transporte, visto que um dos sócios não dirige;
- Pouco conhecimento na área de fotografia “still”;
- Pouco conhecimento na área de agronomia e engenharia civil;
- Recursos limitados;
- Os sócios vivem e trabalham em cidades distantes;
- Deficiência de entrega por parte dos Correios na região de Ferraria - Campo Largo - Pr;
- Internet deficiente e de baixa velocidade na região de Ferraria - Campo Largo - Pr;
- Edições com qualidade demandam muito tempo e custo elevado.

**OPORTUNIDADES**

- Possibilidade de se fazer um trabalho completo e de qualidade na área de filmagem e edição;
- Utilização de drones na captação das imagens, possibilitando novos ângulos de filmagens e fotografias;
- Poucos competidores que oferecem serviços de filmagem com drones na região dos Campos Gerais de forma profissional, principalmente com empresa constituída;
- A apresentação como empresa (pessoa jurídica) traz mais representatividade e profissionalismo ao negócio;
- Regulamentações para utilização dos drones;
- Possibilidade de parceria com estúdios que não possuem o serviço de filmagens com drones.

**AMEAÇAS**

- Entrada de novos concorrentes em virtude da popularização de drones e equipamentos fotográficos no mercado;
- Insegurança devido a riscos de roubos e assaltos;
- Competidores já estabelecidos, com nome e carteira de clientes formada;
- Crise econômica e política brasileira.

**8 AVALIAÇÃO DO PLANO**

Descontando-se todas as despesas e custos, tem-se uma previsão de resultado operacional, ou seja, lucro em torno de R\$ 2.602,32, totalizando anualmente R\$ 44.360,27, com um percentual de 23,66%.

O ponto de equilíbrio está em R\$ 95.063,85 mostrando uma boa relação entre os custos fixos e custos variáveis, o que permite uma boa flexibilização do processo de produção e comercialização.

A rentabilidade do projeto é de 54,76%, sendo um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. Isso significa que, a cada ano, os sócios irão recuperar 54,76% do valor investido.

A taxa interna de retorno anual (TIR) é de 30,07%. Esse valor é taxa de remuneração anual do empreendimento, mostrando a taxa de retorno sobre o capital inicial investido.

Em síntese, o projeto é considerado viável e, com base nesses resultados, confirma-se a viabilidade do empreendimento aqui analisado.

## REFERÊNCIAS

BERNARDI, L. A. **Manual de plano de negócios: fundamento, processos e estruturação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CONTA AZUL. **O que é simples nacional?** Disponível em <<https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/>> ACESSO EM: 06 jul. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

RAYOL, Marcus Kleber Bentes, MOREIRA, Heber Lavor. **A importância do plano de negócio para o sucesso do empreendimento**. Disponível em: <http://peritocontador.com.br/wp-content/uploads/2015/05/Marcus-Kleber-Bentes-Rayol-A-Import%C3%A2ncia-do-Plano-de-Neg%C3%B3cio-para-o-Sucesso-do-Empreendimento.pdf>. Acesso em 11 junho 2018.

ROSA, C. A. **Como elaborar um plano de negócio**. Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2004.

SEBRAE. SOLUÇÕES ONLINE. **Software Plano de Negócio 3.0**. Disponível em: <[http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/solucoes\\_online/software-plano-de-negocio-30,2bc0fec6ffae5510VgnVCM1000004c00210aRCRD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/solucoes_online/software-plano-de-negocio-30,2bc0fec6ffae5510VgnVCM1000004c00210aRCRD)>. Acesso em: 27 mar. 2017.